

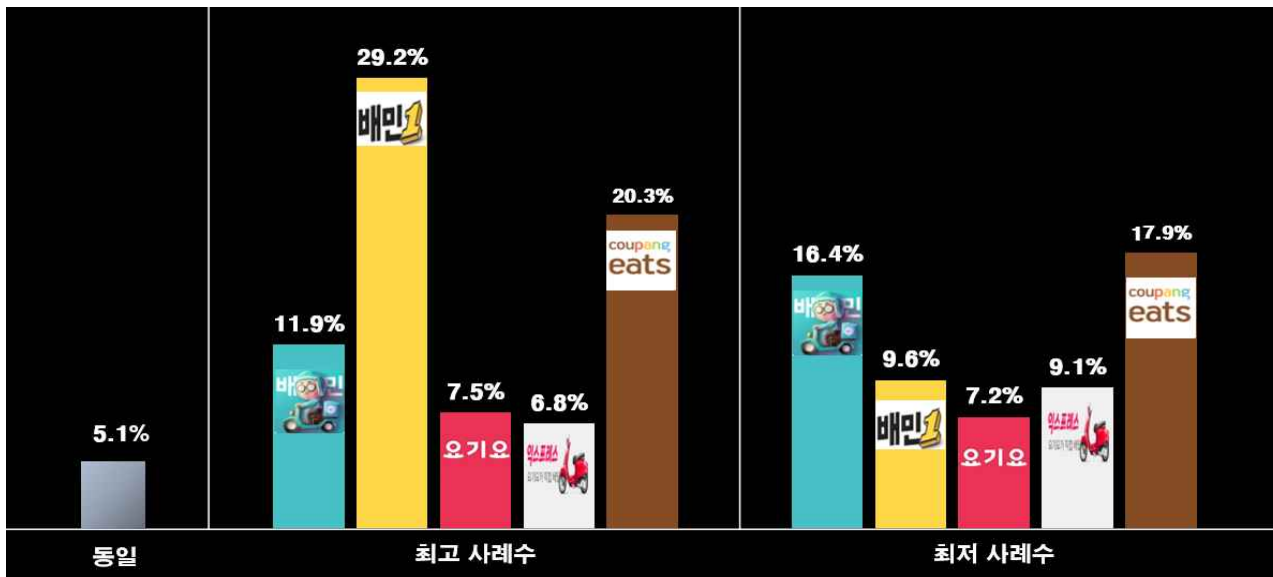
# 가까운 거리에선 단건 배달이 대체로 비싸나 2km 이상 거리에선 단건, 묶음 배달 고려치 말고 배달비 비교 필수 배달비 변화 있어도 소비자 정보 여전히 제공하지 않아

한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 소비자 정보 제공 및 투명한 배달비 산정 마련을 위한 소비자 감시 활동 차원에서 배달앱 별 피자, 중식, 한식(국밥, 도시락 중심) 업종에서 소비자가 지불하는 배달비를 5월 14일, 21일 양일간 조사하였다<sup>1)</sup>.

## ■ 2km 미만에서는 단건 배달이 비싸나, 2km 이상 거리에서는 단건, 묶음 배달비 비교 필수 - 최고 배달비 배민1(배달의 민족 단건) > 쿠팡이츠 > 배달의 민족(묶음) 순으로 가장 많아

소비자가 동일 조건에서 배달서비스 이용 시 배달비를 비교한 결과, 배달앱, 배달서비스에 따라 배달비 차이가 나는 경우는 94.9%였으며 똑같은 경우는 5.1%뿐이었다. 동일 조건에서 배달비가 가장 비싼 경우는 본 협회회의 전월 조사와 마찬가지로 배민1(배달의 민족 단건)이 29.2%로 가장 많았고 그다음으로는 쿠팡이츠가 20.3%로 많았다. 최저 배달비가 많았던 앱은 쿠팡이츠(17.9%), 배달의 민족(묶음 배달)(16.4%) 순이었다. 쿠팡이츠는 단건배달 서비스로 최고 배달비 사례도 많았으나 최저 배달비 사례도 많았다.

<표1. 배달앱 및 배달서비스에 따른 배달비 비교2>



1) 본 조사는 서울 전 지역 25개 구 각 2개 동의 특정 주소를 선정, 소비자가 많이 이용하는 주말(5월 14일, 21일) 점심시간에 최소 주문액으로 주문 시 소비자가 지불하는 배달비에 대해 조사함.

5월 조사 업종은 피자, 중식, 한식(국밥, 도시락 중심) 업종을 중심으로 조사하였고, 자세한 조사 방법은 별첨 자료에 첨부함.

배달비를 배달 거리 별로 분석한 결과 최빈값의 배달비를 비교해 보면 2km 미만 거리에서는 배민1(배달의 민족 단건)과 쿠팡이츠 같은 단건 배달서비스의 배달비가 비싼 경우가 많았다. 반면 2km 이상 3km 미만에서는 배달앱별, 배달서비스에 따라 최빈 배달비가 대부분 3,000원으로 크게 차이가 없었다. 한편 최고 배달비를 보면 단건 배달인 배달의 민족(묶음)과 요기요는 배달 거리에 비례하여 배달비가 비싸지지 않은 것을 알 수 있었으나 자세한 배달비 기준에 대한 소비자 정보가 제공되지 않아 2km 미만 단거리에서도 최고 4,500원 이상 배달비 차이의 명확한 이유를 알 수가 없었다.

<표 2. 배달 거리에 따른 배달앱, 배달서비스에 따른 배달비 현황>

(단위 : 원)

거리 구간	배달의민족 (묶음)		요기요 (요기요 익스프레스)		배민1 (배달의민족 단건)		쿠팡이츠	
	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고
2km 미만	2,500	6,000	1,000 (2,900)	5,500 (3,900)	3,000	6,000	3,000	4,000
2km~ 3km미만	3,000	7,000	2,000 (3,900)	7,000 (4,400)	3,000	7,970	3,000	6,000
3km~ 4km미만	2,000 4,000 6,500	6,500	4,000 (5,400)	6,500 (6,400)	4,980	7,980	7,000	7,000

■ 3월 대비 5월 동일 업체(중식, 피자) 배달비 비교 결과,

배민1 외 배달앱은 평균 11.6% 배달비 인상, 9.7% 배달비 하락

동일 업체에 대해 3월 대비 5월 배달비 인상이 가장 많았던 배달앱은 배민1(배달의 민족 단건)으로 40.5%의 업체의 배달비가 인상되었다. 인상 폭은 최소 300원~2,000원이었다. 배달의 민족(묶음), 요기요(요기요 익스프레스 포함), 쿠팡이츠는 각 앱별로 평균 11.6%는 배달비가 인상되었고, 9.7%는 배달비가 하락한 것으로 나타났다.

<표 3. 3월 대비 5월 동일 업체의 배달비 비교 결과>

	배달의 민족	배민1 (배달의 민족 단건배달)	요기요 (요기요익스프레스 포함)	쿠팡이츠
동일	73.5%	50.5%	77.7%	84.9%
배달비 하락	12.8%	9.0%	10.7%	5.6%
배달비 인상	13.7%	40.5%	11.6%	9.5%

배달비 차이는 배달의 민족(묶음)의 경우 4,000원이 하락한 경우부터 최고 1,000원 인상한 경우까지 있었으며 요기요(요기요 익스프레스 포함)는 1,800원 배달비가 하락한 경우부터 1,500원 인상된 경우가 있었다. 쿠팡이츠는 3,900원이 낮아진 경우부터 3,900원 높아진 사

2) 최고, 최저 배달비는 3개 이상 배달비 중 top, bottom의 가격이 각 1개씩 있을 경우의 배달앱만 표시함.

레까지 있었다. 각 배달앱 중 배달비 변동 폭이 큰 경우는 무료 배달서비스 전환이 있는 경우가 많았다. 예를 들어, 쿠팡이츠의 경우 3월, 다른 앱에서 모두 무료로 배달되었고 쿠팡이츠에서만 3,900원으로 설정되었으나, 5월에는 모든 앱에서 배달비가 무료로 적용되고 있었다. 배민1(배달의 민족 단건)이 다른 앱에 비해 배달비 인상 사례가 큰 것은 수수료 체계 변화의 영향이 컸던 것으로 보인다. 배민1은 2km 이상 배달 거리에서는 500m 단위로 거리별 추가 배달팁을 770원~3,080원까지 받는 것으로 개편하였으나 현재 ‘배민1 출시 1주년 기념 할인’으로 2.5km 이상 거리부터 500m 단위로 990원~2,970원의 추가 요금을 받고 있어 할인 이벤트가 끝난 후 배달비 인상 사례와 인상 폭이 더 커질 것으로 보인다.

■ **배달비 조사 최소 주문액 업종 구분 없이 15,000원 수준인 것으로 나타나**

- **피자, 한식은 배달앱별 최소 주문액 큰 차이 없어**

배달 가능한 최소 주문액은 업종별로 약간의 차이가 있었으나 업종 전체를 보았을 때, 최소 주문액은 15,000원 수준이 가장 많았다. 세부적으로는 업종별 약간의 차이를 보였는데, 중식의 경우, 최소 주문액의 최빈값이 요기요 10,000원, 배민1은 20,000원 대로 분포가 넓게 형성되어 있었다. 피자는 요기요를 제외하고는 모든 배달앱의 최소 주문액 최빈값이 15,000원이었다. 한식(국밥, 도시락)은 모든 배달앱의 최소 주문액이 15,000원이 가장 많았다. 이외에 한식과 피자의 최소 주문액 중에는 배달의 민족(묶음)과 요기요에서 주메뉴 1개를 구매할 수 없는 3,000원을 최소 주문액으로 설정해놓은 곳들이 눈에 띄어 최소 주문액의 결정 기준이나 조건에 대해서도 추후 알아보하고자 한다.

<표 3. 배달앱에 따른 중식, 피자, 한식(국밥, 도시락)의 최소 주문액 최빈값>

(단위 : 원)

	배달의 민족 (묶음)	배민1 (배달의민족 단건)	요기요	요기요 익스프레스	쿠팡이츠
전체	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
중식	13,000	20,000	10,000	15,000	15,000
피자	15,000	15,000	15,900	15,000	15,000
한식 (국밥, 도시락 중심)	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000

**짧은 거리에선 묶음 배달이 저렴해, 2km 이상 거리는 배달비 비교 필수**

**배달비, 최소 주문액 선정 기준 소비자 정보 제공 안하나 못하나**

5월 배달비 조사 결과 전월 조사와 마찬가지로 배달비가 최고인 배달앱은 배민1(배달의 민족 단건)이 가장 많았다. 배달비를 배달 거리에 따라 분석한 결과에 따르면 2km 미만 거리에서는 단건 배달이 비싼 경우가 많았다. 또한 배민1(배달의 민족 단건)은 동일 업체에 대한 3월 대비 5월 배달비 비교 결과 다른 배달앱에 비해 배달비가 인상된 경우가 가장 많았다. 이는 여러 요인들이 있겠으나 배민1(배달의 민족 단건)의 수수료 체계 변경을 본격

적으로 적용한 결과로 추측된다. 이외에 배달의 민족(묶음), 요기요(요기요 익스프레스 포함), 쿠팡이츠 역시 배달비의 변동이 있었으나 할인, 이벤트 등의 일부 정보만 있을 뿐 배달비가 최대 4,000원이나 변동되었는데도 불구하고 구체적인 소비자 정보 제공이 제대로 이루어지지 않는 것으로 분석되었다. 최소 주문액은 업종이나 해당 음식점체의 주메뉴 가격에 따라 차이가 있기보단 15,000원인 경우가 대부분이었다. 특히 주메뉴 가격 1개도 구매할 수 없는 3,000원을 최소 주문액으로 설정한 경우도 있었다. 최소 주문액은 주문액을 구간별로 나눈 후 배달비를 각각 산정하는 경우들이 많아 소비자들이 배달서비스 이용 시 중요 요건이 되고 있으나 이에 대한 설정 기준 등에 대해서는 알려진 것이 거의 없다.

코로나19로 인한 거리두기 완화 등 일상 회복 단계로 들어서며 배달서비스의 이용률이 감소될 것이라고 하나 이미 배달서비스는 우리 소비생활에 큰 자리를 잡아가고 있다. 배달서비스가 부가서비스가 아닌 하나의 서비스 상품으로 자리매김하고 소비자가 합리적으로 이용하기 위해서는 기본적인 소비자 정보가 제공되어야 하나 현재 배달서비스와 관련된 소비자 정보는 제대로 이루어지고 있지 않는 것으로 분석되었다. 이에 한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 배달비에 대한 소비자 정보 제공이 충분히 이루어질 때까지 배달비 조사를 지속하고 배달서비스 시장을 모니터링할 계획이다. 끝.

---

회원단체

소비자교육중앙회, 한국여성소비자연합, 한국YWCA연합회, 한국소비자연맹, 소비자시민모임, 한국소비자교육원  
한국YMCA전국연맹, 녹색소비자연대, 소비자공익네트워크, 한국부인회총본부, 대한어머니회중앙회